

2021年3月期 決算・新中期経営計画 説明資料

2021年5月18日
SRSホールディングス株式会社
(証券コード8163)

2021年3月期 決算概要

連結業績ハイライト	4
連結業績の前期差・計画差	5
売上高前年差異分析	6
営業利益前年差異分析	7
既存店業績推移	8
業態別店舗数	9

新型コロナウイルス感染症への対応状況

主要6業態既存店前年比月次推移	11
四半期業績推移	12
取り組み内容	13

事業別施策実施状況

和食さと、天井・天ぷら本舗さん天	15
長次郎、CHOJIRO、家族亭、得得	16
宮本むなし、かつや、からやま	17

2022年3月期 事業計画

連結業績予想	19
業態別出店計画	20

新中期経営計画

経営哲学・経営方針・経営ビジョン	22
事業環境認識	23
新中計中核骨子	24
新中計定量目標	28
中計達成に向けた取り組み	29

Appendix

貸借対照表(BS)	35
キャッシュフロー計算書(CF)	36
SDGsへの取り組み	37
2021年3月期 出店店舗	40

2021年3月期 決算概要

◆ **売上高** : 437億 7百万円 前年同期比△9億35百万円 **減収**

- M & A や新規出店、Go To キャンペーン等による増収影響があったものの、新型コロナウイルス感染症の拡大による来店客数の減少により減収

◆ **営業利益** : △38億 2百万円 前年同期比△39億89百万円 **減益**

◆ **経常利益** : △20億67百万円 前年同期比△23億14百万円 **減益**

親会社株主に帰属する

◆ **当期純利益** : △40億67百万円 前年同期比△15億80百万円 **減益**

- 人件費や家賃、水光熱費等の販管費の圧縮を行なったものの、減収による影響と、固定資産やのれんの減損損失を計上したことにより大きく減益

連結業績の前期差・計画差

単位：百万円

	2020年3月期 実績	2021年3月期 計画値	2021年3月期 実績	前期差	計画差
売上高	44,643	45,000	43,707	△935	△1,292
営業利益	186	△4,000	△3,802	△3,989	197
経常利益	246	△4,000	△2,067	△2,314	1,932
親会社株主に帰属する 当期純利益	△2,486	△5,500	△4,067	△1,580	1,432

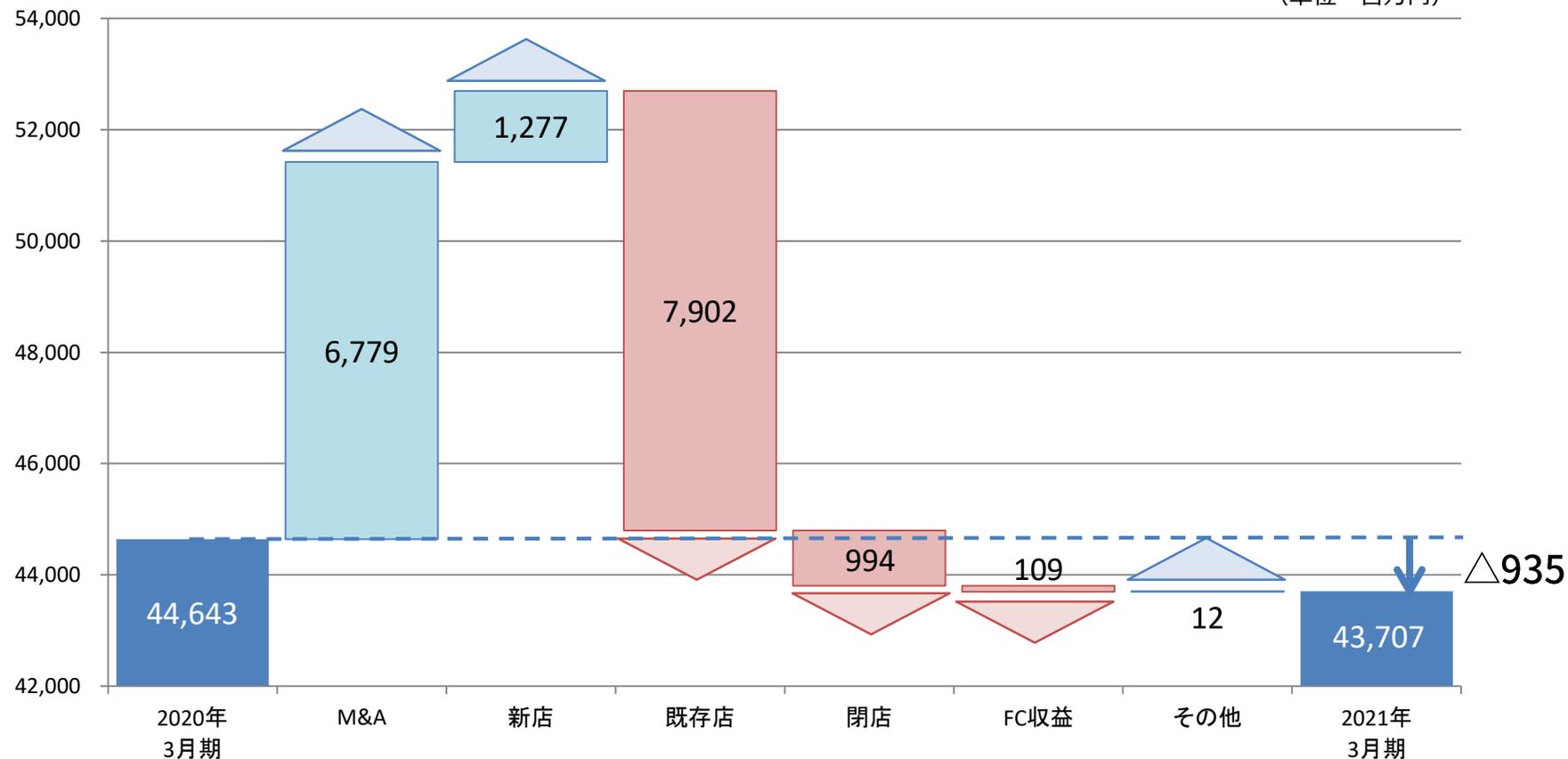
▶ 2021年3月期連結業績と計画との差異について

- 売上高は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う営業時間短縮の影響により、計画未達（売上高計画比97.1%）
- 営業利益については、売上未達による減益影響があったものの、販管費の圧縮等によりほぼ想定通り
- 経常利益、親会社株主に帰属する当期利益については、営業時間短縮に伴う協力金等の影響により計画を超過

売上高前年差異分析

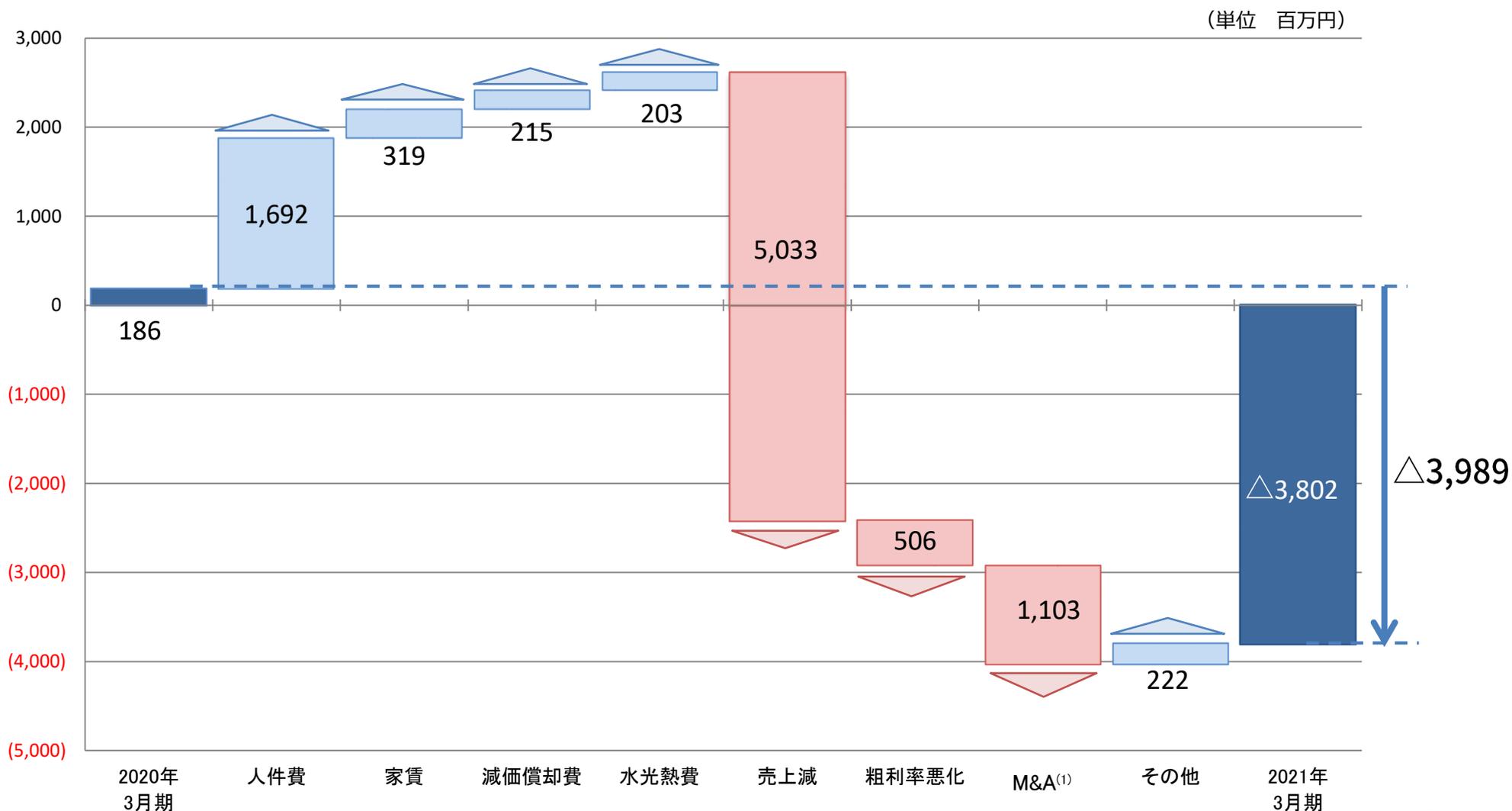
- M & A や新規出店、Go To キャンペーン等による増収影響があったものの、新型コロナウイルス感染症の拡大による客数の減少により減収
(前年比97.9%、前年差△935百万円)
- 当期の新規出店は14店舗、閉店70店舗、M&Aによる増加176店舗(2021年3月末時点)

(単位 百万円)



営業利益前年差異分析

- 営業利益は人件費や家賃等の販管費の圧縮を行ったものの、新型コロナウイルス感染症の影響による減収により減益（前年差△3,989百万円）

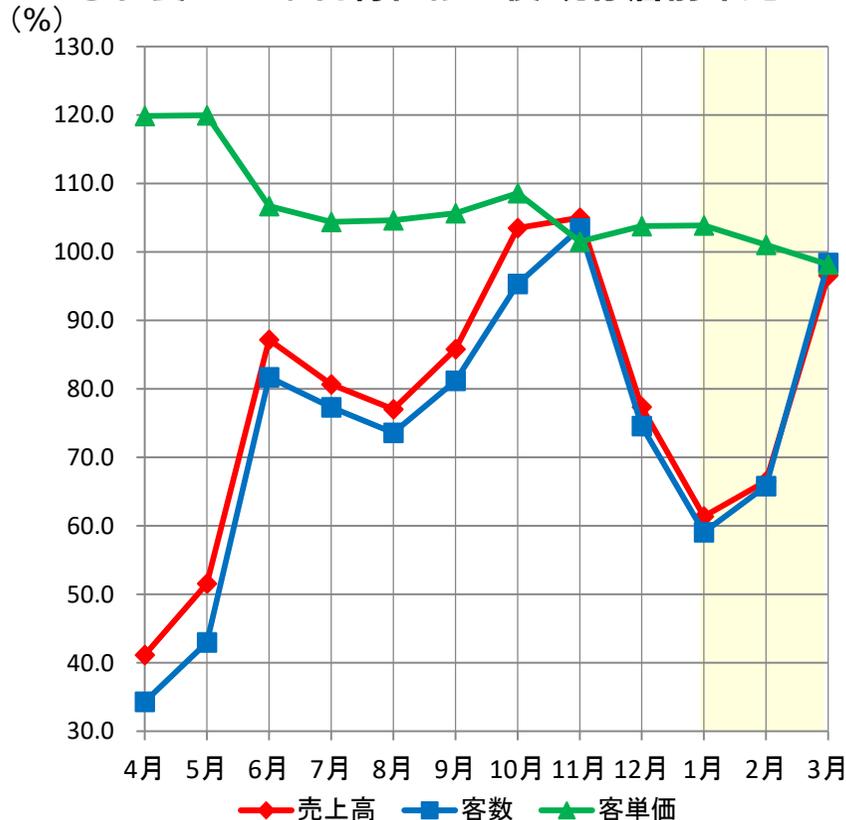


注：
1. 前期に取得した家族亭、サンローリーによる連結営業利益への影響

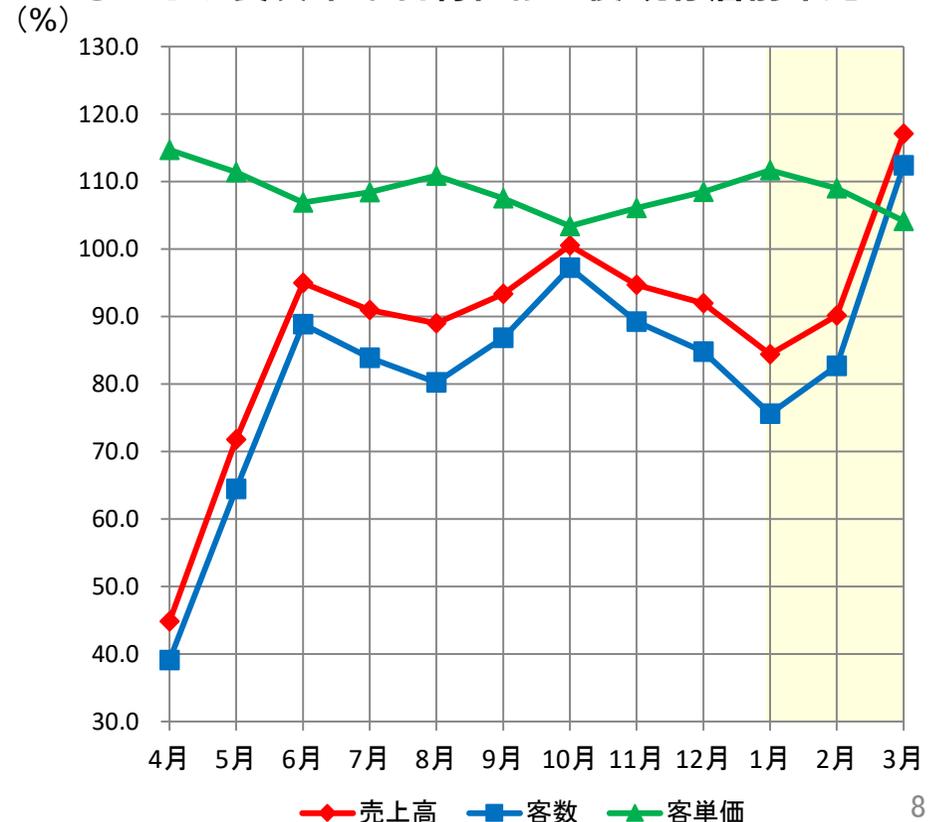
主力業態 既存店業績推移

- 新型コロナウイルス感染拡大による営業時間の短縮により、売上高は不安定な状況が続く
- 5月の緊急事態宣言解除後は、「Go To キャンペーン」の効果もあり、曜日特性修正後の売上高前年比は一旦100%を回復するが、1月の緊急事態宣言再発出により売上高は再度下降トレンドで推移
- 3月の前々年比は和食さと 61.6%、にぎり長次郎 72.1%
- 客単価はテイクアウト、デリバリー売上の増加により前年を上回って推移

◎和食さと 曜日特性修正後 既存店前年比



◎にぎり長次郎 曜日特性修正後 既存店前年比



業態別店舗数

	2020年 3月期末 店舗数	2021年3月期末			2021年3月期 出店計画②	出店進捗率 ①÷②
		出店①	閉店	店舗数		
和食さと	204 (－)	4 (－)	2 (－)	206 (－)	3 (－)	133%
得得※	79 (63)	－	10 (8)	69 (55)	－	－
家族亭※	80 (9)	1 (－)	13 (1)	68 (8)	1 (－)	100%
にぎり長次郎※	68 (－)	－	3 (－)	65 (－)	－	－
天井・天ぷら本舗 さん天	43 (1)	1 (－)	－	44 (1)	1 (－)	100%
めしや 宮本むなし	55 (4)	－	14 (2)	41 (2)	－	－
かつや	38 (14)	1 (－)	－	39 (14)	1 (－)	100%
宅配寿司業態	11 (4)	－	1 (－)	10 (4)	－	－
ひまわり※	13 (－)	－	4 (－)	9 (－)	－	－
サンローリーFC事業※	32 (－)	－	13 (－)	19 (－)	－	－
その他	26 (－)	1 (－)	8 (－)	19 (－)	1 (－)	100%
海外店舗	16 (9)	6 (6)	2 (2)	20 (13)	3 (3)	200%
グループ計	665 (104)	14 (6)	70 (13)	609 (97)	10 (3)	140%

() 内はFC・のれん分け及び合併事業店舗数

※ 「にぎり長次郎」業態には「CHOJIRO」業態を含んでおります。

※ 「家族亭」業態には「花匂庵」「三宝庵」「家族庵」「蕎麦」「蕎菜」業態を含んでおります。

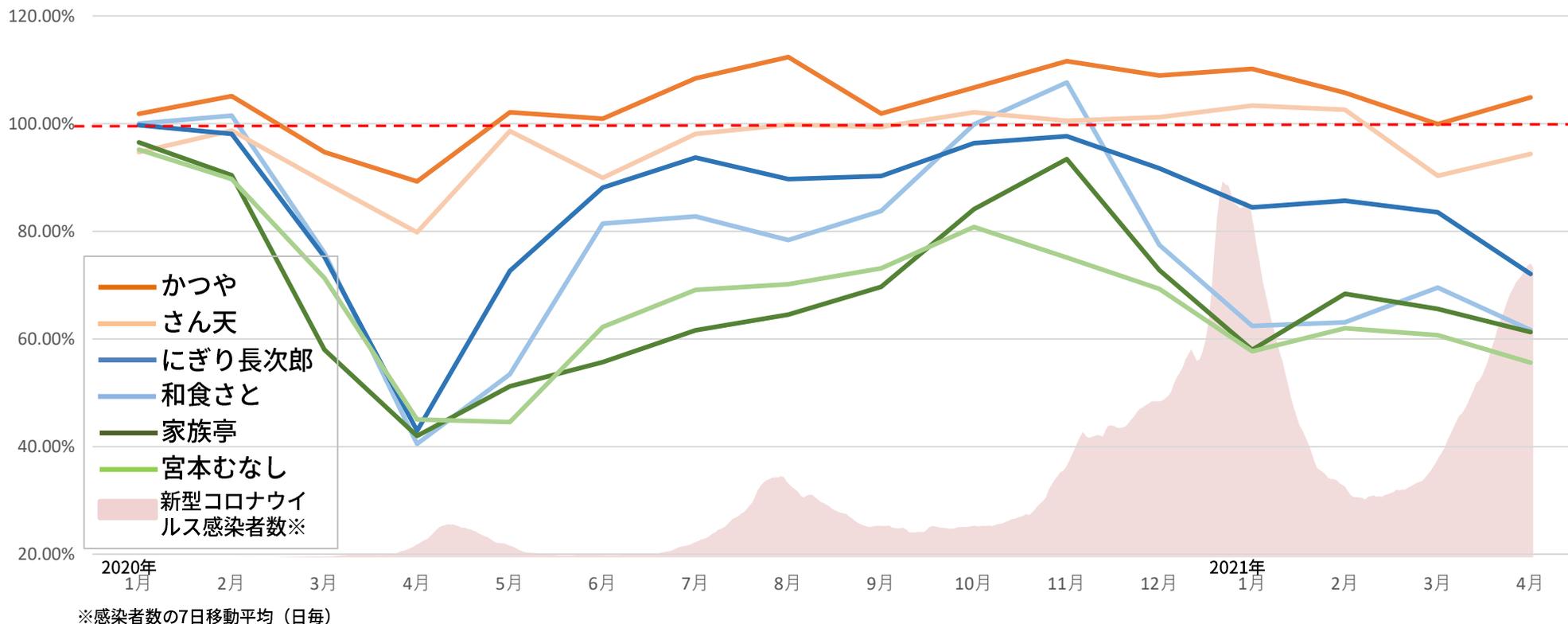
※ 「得得」業態には、「とくとく」「どんどん亭」を含んでおります。

※ 「ひまわり」業態には「茶房ひまわり」を含んでおります。

※ 「サンローリーFC事業」は、株式会社サンローリーが運営する「ポポラマーマ」「ミスタードーナツ」「ドトールコーヒー」「大釜屋」業態の合計店舗数です。

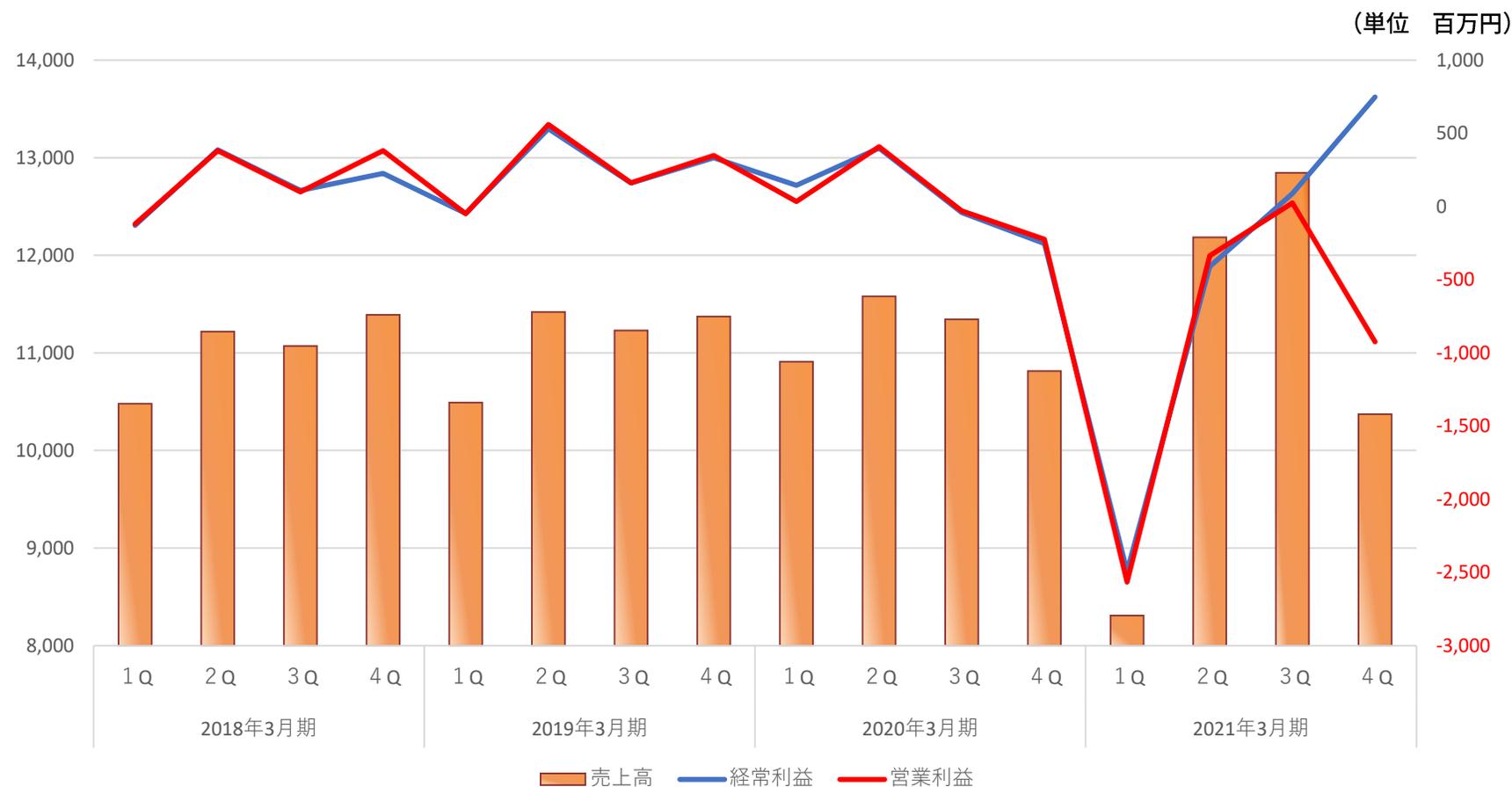
■ 新型コロナウイルス感染症への対応状況

主要6業態 既存店前年比 月次推移 ※2021年3月、4月は前々年比



- ・ 郊外立地でテイクアウト比率が高い「さん天」「かつや」業態は、新型コロナウイルスの影響は少なく、テイクアウト、デリバリー売上が増加したこともあり、順調に推移
- ・ 郊外立地の「和食さと」「にぎり長次郎」は、4月以降テイクアウトを強化し回復傾向を加速、11月は「Go To Eat キャンペーンの影響もあり、約100%まで回復するが、年明けの緊急事態宣言の発出により、再度下降傾向
- ・ 都市型立地の「家族亭」「宮本むなし」業態は回復傾向は鈍く、年明けの緊急事態宣言の発出により再度悪化傾向

四半期業績推移



- 2021年3月期の連結営業利益は、1Q△2,566百万円→2Q△336百万円→3Q 23百万円→4Q△924百万円と、感染者数の拡大に伴う営業時間の短縮に大きく左右されて推移
- 第4四半期連結経常利益は、時短に伴う協力金により大きく改善

取り組み内容

	取り組み事例	詳細
キャッシュアウトの抑制	出店、設備投資減額	すでに契約済みの新規出店以外は一旦凍結、郊外立地を中心に、厳選した立地条件や既存店舗のリロケーションのみで出店を再開
	配送頻度減	売上の減少に合わせ、配送頻度の削減、配送コースの最適化を行い、運送コストの削減を実施
	賃料減額	オーナー様と協議を進め、賃料削減、保証金返還を進める
	販管費削減	出張費用、広告宣伝費用、水光熱費用等の削減
	本社統合	新たにグループ入りした2社の本社統合を開始
収益構造改善	不採算店舗の退店	コロナ影響前からの閉店候補も含め、今後収益改善が見込めない店舗を中心に70店舗を閉店
	テイクアウト販売強化	テイクアウト需要の増加に合わせ、これまでテイクアウト売上比率の低かった業態においても、売上強化に向けた取り組みを本格化
	Go To Eatキャンペーン等への参加	Go To Eatキャンペーンや地域振興券取り扱いへの積極的な参加
	新たなビジネスモデルの構築	中食事業への参入や、より来店動機がはっきりしている業態への投資を今後加速
	店舗収益改善	自動発注システム、グループアプリ等の開発を継続
財務施策	エクイティファイナンスの実施	新株予約権による資金調達を実施
	借入金等による資金調達	2020年3月度に4,000百万円、2020年5月度に3,500百万円を金融機関からの借入や社債の発行により調達、別途4,500百万円のコミットメントライン契約を締結済

事業別施策 実施状況

#	主要項目	施策内容／実施状況
1		<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →テイクアウト商品を対象とした特別割引キャンペーンを定期的実施 →テイクアウトのWEB注文受付を全店開始 →LINEポケオを利用したテイクアウト受注サービスを全店導入 →デリバリー対象店舗の順次拡大（導入済店舗 3月末114店舗） ◆客数獲得に向けた取組みとして、季節商品や食べ放題メニューの特別割引キャンペーンを定期的実施 <ul style="list-style-type: none"> →「Go To Eatキャンペーン」に参画 →和食さと公式アプリを全店導入し、会員数の拡大に向けた取組みを開始（P32ご参照） ◆生産性向上に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →自動発注システムを全店に導入 →新POS導入に伴い、自動釣銭機、セルフレジの導入を決定（2021年5月より全店導入開始） ◆新規出店の継続 <ul style="list-style-type: none"> →4店舗出店済（7月3日:あやベグンゼタウン店【京都府】、9月1日:豊田四郷店【愛知県】、10月2日:西大和店【奈良県】、3月6日:河内長野店【大阪府】）
2		<ul style="list-style-type: none"> ◆約2年ぶりとなる新店「呼続インター店」を6月18日に愛知県名古屋市にオープン ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →テイクアウト商品を対象としたキャンペーンの継続実施 →テイクアウトのWEB注文受付を全店で開始 ◆生産性向上に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →人時生産性の向上を目的とし、従業員動線とお客様動線を最適化した新規レイアウト店舗の検討を開始 ◆来店頻度向上に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →さん天業態初となるTVCMにて、「本気品質」と「39天井」のPRを実施

#	主要項目	施策内容／実施状況
3	 	<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウトの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →オードブルとのセット商品や手巻き寿司など、テイクアウト販売商品の拡充を継続 →テイクアウトのWEB注文受付の実験継続 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →お客様の利便性改善を目的とし、テーブルオーダー端末の増設を実施 →新規・リピート顧客獲得を目指し、期間限定商品の販売やキャンペーンを継続実施 →ランチメニューの定番商品を特別価格で提供するキャンペーンの実施 →キャンペーンに合わせたTVCMを放映
4	 	<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →テイクアウトのWEB注文受付を継続実施 →テイクアウト限定クーポン配布 →「かつ丼」「天とじ丼」「他人丼」「鶏天丼」のテイクアウト商品を月替わりで特別価格で販売 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →旬の素材を使用した期間限定フェアや産地応援フェアを家族亭業態で実施 →得得業態にて、ボリュームメニューの強化を目的とした「得得盛盛」フェアや人気商品「カレーうどん」の期間限定割引販売を実施 ◆新たな顧客層の獲得を目指して、LINEを利用した販売促進施策を実施 ◆収益力回復に向け、店舗作業軽減、料理提供時間の改善、食材ロス削減を目指したプロジェクトを継続 ◆購買シナジー創出に向けた取組みを継続 ◆新規出店の継続 <ul style="list-style-type: none"> →1店舗出店済（そば処「蕎麦」 6月15日：たまプラーザテラス店【神奈川県】）

#	主要項目	施策内容／実施状況
5	 <p>みやま 宮本むなし</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →Uber Eats、出前館等を利用したデリバリーサービスの導入を継続 →テイクアウト商品のラインナップの強化を実施 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →感染症対策として、ごはんのお代わりロボを導入 →平日ランチ500円メニューの販売継続 →折込チラシやLINEを利用した販促を実施 ◆客単価獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →「牛豚ミックス生姜焼き定食」や「得大盛 鶏唐定食」などボリューム感のあるメニューの販売を継続
6	 <p>かつや</p>  <p>からやま</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆テイクアウト、デリバリーの需要拡大に合わせた取組み <ul style="list-style-type: none"> →デリバリー対象店舗の拡大（Uber Eats13店舗、出前館14店舗） →テイクアウト限定商品として、「全力1kgから揚げ」を特別価格で販売 →シェアデリバリーの配達時間の短縮に向けた取り組みを継続 ◆客数獲得に向けた取組み <ul style="list-style-type: none"> →11月：TVCMを放映 →「牛カツと牛焼肉の合い盛りフェア」、「チキンカツカレーうどん」、「タレかつとから揚げの合い盛り丼」等期間限定商品の販売を継続 ◆新規出店の継続 <ul style="list-style-type: none"> →2店舗出店済（「かつや」4月17日：八尾山賀店【大阪府】、「からやま」10月30日：岸和田土生店【大阪府】）

2022年3月期 事業計画

2022年3月期 連結業績予想

単位：百万円

	2021年3月期 実績	2022年3月期 業績予想	前期差
売上高	43,707	51,000	+7,292
営業利益	△3,802	△1,100	+2,702
経常利益	△2,067	△1,200	+867
親会社株主に帰属する 当期純利益	△4,067	△1,700	+2,367

- 新型コロナウイルスによる売上高への影響を、都市部の店舗については、上期約20%、下期約10%、郊外立地の店舗については、上期約10%、下期約5%の前提で策定した結果、売上高51,000百万円、営業損失1,100百万円、経常損失1,200百万円、親会社株主に帰属する当期純損失1,700百万円を計画しております。尚、業績予想に営業時間の短縮要請などに対する協力金等の影響は加味しておりません。

2022年3月期 業態別出店計画

	2021年3月期		2022年3月期		
	出店実績	期末店舗数	出店計画	閉店予定	期末店舗数
和食さと	4	206	3	0	209
得得・とくとく	0	69 (55)	1	0	70 (55)
家族亭※	1	68 (8)	0	4	64 (8)
にぎり長次郎・CHOJIRO	0	65	3	0	68
天井・天ぷら本舗 さん天	1	44 (1)	1	0	45 (1)
かつや・からやま	2	43 (14)	6	0	49 (15)
めしや 宮本むなし	0	41 (2)	0	0	41 (2)
宅配寿司業態	0	10 (4)	0	0	10 (4)
ひまわり※	0	9	0	0	9
サンローリーFC事業※	0	19	0	1	18
その他※	0	15	4	0	19
海外店舗	6	20 (13)	9	1	28 (22)
グループ計	14	609 (97)	27	6	630 (107)

() 内はFC・のれん分け及び合併事業店舗数

※「家族亭」業態には「花匂庵」「三宝庵」「家族庵」「蕎麦」「蕎菜」業態を含んでおります。

※「ひまわり」業態には「茶房ひまわり」を含んでおります。

※「サンローリーFC事業」は、株式会社サンローリーが運営する「ポパラマーマ」「ミスタードーナツ」「ドトールコーヒー」「大釜屋」業態の合計店舗数です。

※「その他」の出店計画には、「高速道路事業」「サトマルシェ」を含んでおります。

■ 新中期経営計画について

◎経営哲学（フィロソフィー）

「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」

◎経営方針

最も顧客に信頼されるレストランの実現

- 売上規模や利益の追求だけでなく人々の豊かさの実現への寄与
- 働く人々の環境の整備
- 社会的・経済的な要請への対応
- 社会から真に必要とされる企業への成長

◎経営ビジョン

- ・ 100年企業として必要不可欠な社会的インフラへ
- ・ 世界で愛される日本食を世界に提供し、フードサービス業界をリードし尊敬される企業グループを目指す

〈外食産業を取り巻く環境〉

コロナ前

- 新規参入の脅威
- 中食の成長
- 人件費の高騰
- 消費の伸び悩み

+

コロナ後

- ニューノーマル（新常态）への生活様式の変化
- スマート社会の急速な浸透（非接触、デジタル化）
- 中食の急成長（テイクアウト、デリバリー）
- 人件費の高騰は一時的に頭打ち

〈当社グループの対応方針〉

- 新事業開発
- M & A
- 既存事業の活性化
- 生産性対策
- 海外進出

+

コロナ前の対応方針に加え

- 既存事業の付加価値向上
→生活様式の変化に適応した、新たなビジネスモデルの開発
- スマート化社会への対応
→キャッシュレス、ロボット活用、スマホオーダー
- 中食需要の取り込み

◎基本方針

コロナ影響からの早期回復と 既存事業の収益力強化

◎重点テーマ

①ウィズコロナ、アフターコロナに対応した 既存店の収益力向上

目指す姿

- ・人時生産性の向上

コロナ禍により、これまで表面化していなかった外食産業固有の様々な問題が表面化、また外食需要の喪失、オーバーストア、中食の台頭等により、今後益々の競争激化が予想されることから、これまでの延長線上ではない収益性の改善が必要

→ 新中計における最大の課題を人時生産性の向上とする

◎重点テーマ

②スマート化社会への対応

目指す姿

- ・DX推進による生産性の向上
- ・グループアプリ活用による、販促、お客様の利便性強化
- ・ロボティクス、AIの活用による収益性の改善

③中食需要の取り込み

目指す姿

- ・テイクアウト、デリバリー販売の強化
- ・中食事業への挑戦

④顧客視点に立ったマーケティング戦略への転換

目指す姿

- ・新たに創設したグループマーケティング戦略室のもと、各業態のブランドステートメントをもとに、潜在ニーズの掘り起こしを行う
- ・ビッグデータ、ITを活用した、各ブランドのターゲット顧客層別の販売促進策の実施

◎重点テーマ

⑤新規出店の継続

- ・ 社会構造・行動様式の変化に対応しながら、ファストカジュアル業態を中心としたリスク分散の効いた出店戦略を継続

○現在のグループ店舗構成

- ・ 和食に特化した低～中価格帯ブランドを複数展開することで景気変動に強いブランドポートフォリオを構築

○将来に目指すグループ店舗構成

- ・ 低価格帯の店舗数を増やし、所得構成に合わせた店舗構成を目指すことで、景気変動リスクと業態間の重複を抑制
- ・ 更に裾野の広いピラミッド型のグループ店舗構成を目指しファストカジュアル業態の拡大を目指す

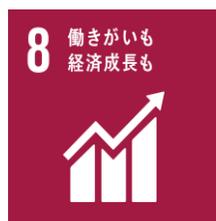


◎重点テーマ

⑥持続型社会への貢献とSDGs取り組み課題の推進

- ・当社グループの事業内容に関連性の高い社会課題について、当社経営理念（DREAM、ENJOY、LOVE）に対応するSDGs目標を設定し、課題解決に向けた取り組みを継続

DREAM パートナーと共に、夢の実現をめざします。



対応するSDGs目標

多様な人々が多様な才能を発揮し活躍できる環境を提供し、生産性の向上と持続可能な社会を実現するための社会基盤の構築を目指します。

ENJOY カスタマーと共に楽しさを分かち合います。



対応するSDGs目標

社会的インフラとして、心のこもったサービスと「安全・安心」な食事を提供し、あらゆる年齢のすべてのお客様に、「安くて」「美味しくて」「楽しく満足できる」食事と空間の提供を目指します。

LOVE ☆コミュニティーを愛し、人びとと共に生きます。

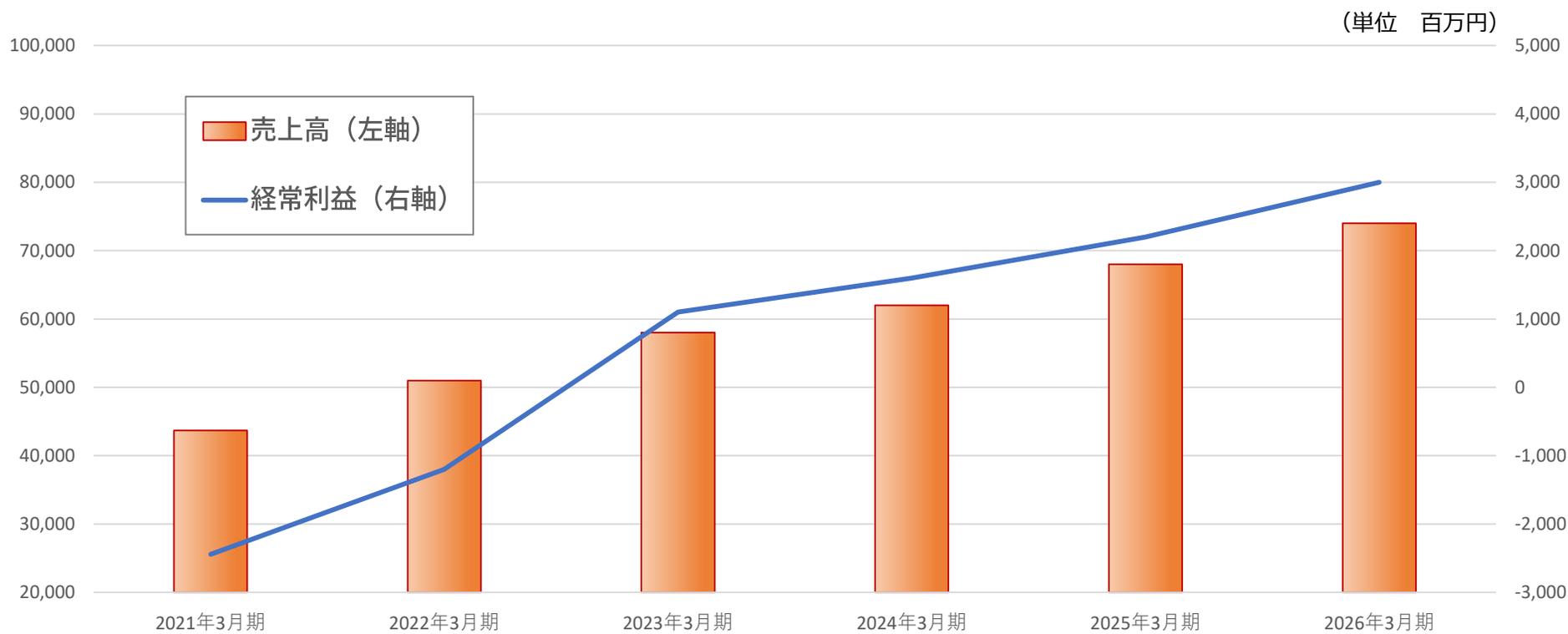


対応するSDGs目標

環境保全への取り組みや地域の方々との共生を通じて、コミュニティーと共に発展し、愛し、愛され、親しまれる存在になります。

新中期経営計画の定量目標

- 2022年3月期は新型コロナウイルスの影響が残る前提で計画を作成
- 2年後に経常黒字に回復、5年後に売上700億、経常利益30億円、ROE8.0%を計画



期末
店舗数

609

630

650

690

740

800

中期経営計画達成に向けた取り組み

中食需要に対応した新業態開発について

- ・2019年11月に「厨房さと京阪すみのどう店」をオープンし、業態の核となる惣菜製造、販売について実験を開始
- ・2021年7月頃に、物販、惣菜、弁当、物販販売をメインとする「サトマルシェ」をオープン予定



目指すのはハレの食事ではなく、「日々の食生活の豊かさ」

①手間や時間を省きたい ②健康が気になる ③いろいろ食べたい
等のニーズへ柔軟に対応

イートインでもテイクアウトでも、それぞれの生活スタイルに合わせた
「みんなのキッチン・ダイニングに代わるお店」を目指す

中食需要に対応した新業態開発について

○事業ポジション

	コンビニ	弁当惣菜店	飲食店	サトマルシェ	備考
品揃え	○	×	×	△	グロッサリーは飲料、酒、デザート、カップ麺等を品揃え
出来たて感	×	△	○	△-○	一部出来たて品あり
量目対応	×	○	×	○	好きなものを好きな量で
テイクアウト対応	○	○	△	○	対応可能
弁当	△	○	△	○	店内調理、ご飯は後入れ
イートイン対応	△	×-△	○	○	イートインスペースあり

※当社独自資料

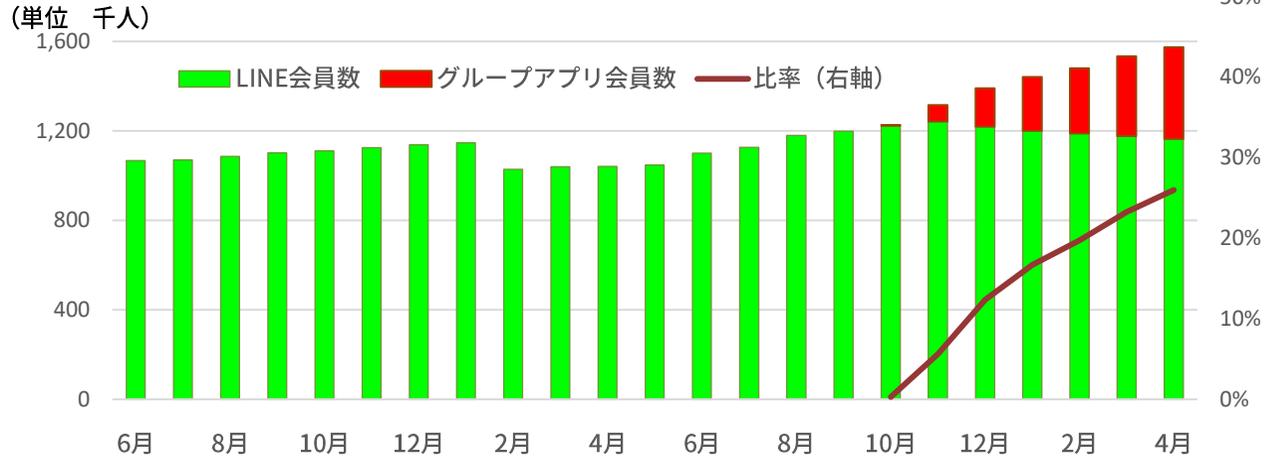
- ①今店内で食べる、②今日家で食べる、
 ③明日の朝食・昼食、④明日の夕食以降
 それぞれの飲食ニーズをカバーする、便利なお店を展開予定

グループアプリ進捗状況

○開発スケジュール

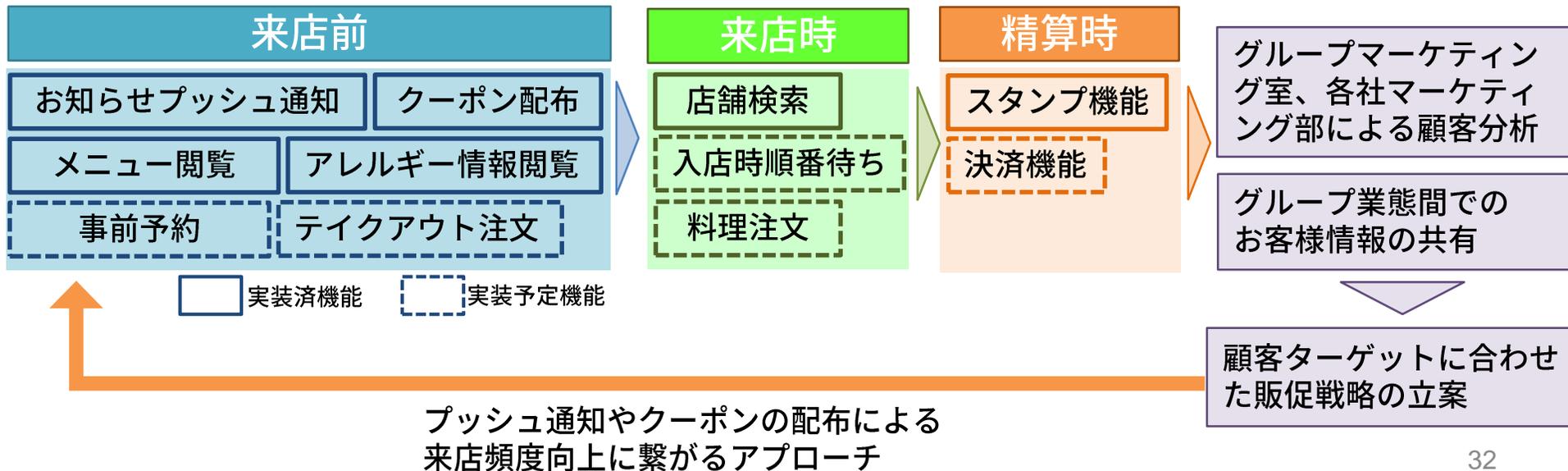
- 2020年 6月：開発開始
- 2020年10月：テスト導入
- 2020年11月：和食さと全店導入
- 2021年 5月：来店スタンプ機能追加
- 2021年下期：にぎり長次郎導入予定
：テーブル会計対応予定
- 2022年以降：テイクアウト受注機能
：入店時順番待ち機能
：事前予約機能等追加予定

○グループアプリ会員数推移



アプリDL数は50万DLを突破。11月の和食さと全店導入以降、会員数は順調に増加し、LINE会員からの乗り換えも徐々に進む。

○ロイヤルカスタマー化に向けた機能強化



○開発目標

- ・ 前回のプロジェクトにて、品質面、教育面のテコ入れを実施
- ・ 新規出店を加速するため、低価格を維持したまま、収益力を向上させる必要があり、店舗レイアウト、オペレーション変更の検討を開始



人時生産性20%アップを目標とする

○具体的な取り組み課題

①投入時間数の削減

- お客様動線の改善（セルフ配膳、セルフバッシングの導入）
- 従業員オペレーションの改善
- キッチンレイアウト修正

②回転率の向上

- 新型券売機の導入
 - ・ 2分以内での食券の発行を目指し、画面遷移方法等を修正

③テイクアウト対応

- テイクアウト需要の増加に対応するため、テイクアウト専用窓口を導入し、テイクアウト、デリバリー商品受け渡しまでの時間短縮を目指す





Appendix

貸借対照表(BS)

単位：百万円

	前連結会計年度 (2020年3月31日)	当連結会計年度 (2021年3月31日)	増減
流動資産	11,873	14,542	+2,669
固定資産	21,056	16,275	△4,781
流動負債	7,891	7,009	△881
固定負債	12,447	14,002	+1,555
純資産	12,802	9,990	△2,812
総資産	33,141	31,002	△2,138

キャッシュフロー計算書(CF)

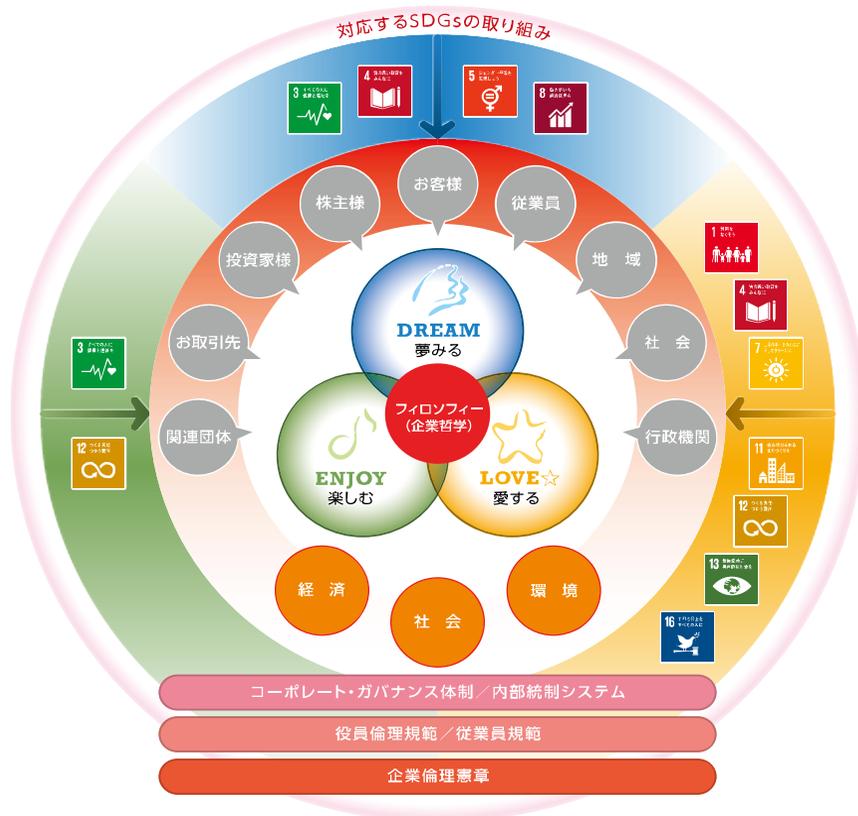
単位：百万円

	2020年3月期	2021年3月期	増減
営業活動C F	1,243	△3,532	△4,776
投資活動C F	△4,461	882	+5,344
財務活動C F	2,751	3,202	+450
現金及び現金同等物の期末残高	8,877	9,431	+553

・SDGsへの取組みについて

SRSグループは、「私たちは、食を通じて社会に貢献します。」をフィロソフィーとした事業活動を通じて、当社の価値観に共感や支援をしてくださるステークホルダーの皆さまと共に成長し、SDGsが目指す持続可能な社会の実現に向けて、社会課題の解決と価値の創造に取り組んでまいります。

・経営理念とSDGs取組み重点テーマ



DREAM パートナーと共に、夢の実現をめざします。

8 働きがも
経済成長も



対応するSDGs目標

多様な人々が多様な才能を発揮し活躍できる環境を提供し、生産性の向上と持続可能な社会を実現するための社会基盤の構築を目指します。

ENJOY カスタマーと共に楽しさを分かち合います。

3 すべての人に
健康と福祉を



対応するSDGs目標

社会的インフラとして、心のこもったサービスと「安全・安心」な食事を提供し、あらゆる年齢のすべてのお客様に、「安くて」「美味しくて」「楽しく満足できる」食事と空間の提供を目指します。

LOVE☆コミュニティを愛し、人びとと共に生きます。

11 住み続けられる
まちづくりを



対応するSDGs目標

環境保全への取り組みや地域の方々との共生を通じて、コミュニティと共に発展し、愛し、愛され、親しまれる存在になります。

・当社の取組みについて

	重点テーマ	取組み内容	対応するSDGs
DREAM	パートナーと共に、夢の実現を目指します。		
	働きやすい職場環境づくり	7日間連続休暇の取得推進	  
		「和食さと」全店で、育児支援として「親子割」制度を継続	
		年次有給休暇の取得推進	
		社会保険適用パート従業員の加入拡大	
	多様な人材登用・育成	育児短時間勤務制度の拡充	 
定年年齢を65歳に延長、再雇用上限年齢を70歳に延長 短時間正社員店長の新規登用の継続とサポート			
ENJOY	カスタマーと共に楽しさを分かち合います。		
	安心・安全へのこだわり	当社基準に基づいた原材料の品質管理徹底	 
		従業員衛生教育の継続と店舗衛生管理の徹底による安心・安全の確保	
		店頭での原産地表示やメニューブックを活用したお客様への安心表示継続	
快適な食事環境の提供	ウェブサイトでのカロリー・塩分・アレルギー情報等の表示		

・当社の取組みについて

	重点テーマ	取組み内容	対応するSDGs
LOVE☆	コミュニティを愛し、人びとと共に生きます。		
	廃棄物削減の取組み	食品廃棄物の再生利用等実施率目標の達成	 
		食べきりプロジェクトへの参加	
		フードバンクの活用	
	環境保全への取組み	店舗あたりエネルギー使用量の削減	  
		ストローやレジ袋等、プラスチック使用量の削減に向けた取組み推進	
	飲酒運転撲滅への取組み	SDD活動の継続	 
		ハンドルキーパー運動の推進	
	帰宅困難者への支援	災害時帰宅ステーションの協力継続	
	社会貢献活動への参加、協力	キッサニア甲子園にて「すし屋」パビリオンを出展中	 
セーブ・ザ・チルドレン活動、ジェフ愛の募金活動の協力継続			
ステークホルダーとのコミュニケーションの充実	IR（機関投資家、アナリスト向け）決算説明会の開催		
	コーポレートレポートの発行およびHPのCSRサイト更新		
コーポレート・ガバナンス	コーポレート・ガバナンス体制の強化、コンプライアンスの徹底		

2021年3月期 出店店舗



2020年4月17日開店
かつや 八尾山賀店 (大阪府)



2020年6月15日開店
蕎麦 たまプラーザテラス店 (神奈川県)



2020年6月18日開店
天井・天ぷら本舗 さん天 呼続インター店 (愛知県)



2020年7月3日開店
和食さと あやベグンゼタウン店 (京都府)

2021年3月期 出店店舗



2020年8月1日開店
さと丼 MRTラップラオ店 (タイ)



2020年8月7日開店
さと丼 サイアムナラフードワーク店 (タイ)



2020年8月26日開店
和食さとEat&Go BSDプラザ店 (インドネシア)



2020年9月1日開店
和食さと 豊田四郷店 (愛知県)

2021年3月期 出店店舗



2020年10月1日開店
さと丼 ファッションアイランド店 (タイ)



2020年10月2日開店
和食さと 西大和店 (奈良県)



2020年10月30日開店
からやま 岸和田土生店 (大阪府)



2021年2月1日開店
さと丼 ロビンソン ラッカバン店 (タイ)



2021年2月27日開店
和食さと Eat&Go ピックブティック店 (インドネシア)



2021年3月6日開店
和食さと 河内長野店 (大阪府)



お問い合わせ先

SRSホールディングス株式会社
経営企画部（岡本、溝渕、頼）

TEL: 06-7709-9977

メールアドレス：873@sato-rs.jp

本資料に掲載されている業績予想は、本プレゼンテーション時において入手可能な情報に基づき判断した見通しです。この中には、多分に不確定要素が含まれており、様々な要因によりこれら業績等に関する見通しとは大きく異なることがあります。以上の前提をご理解いただき、投資に関する決定をされる場合にはご自身の判断で行われるようお願いいたします。